

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

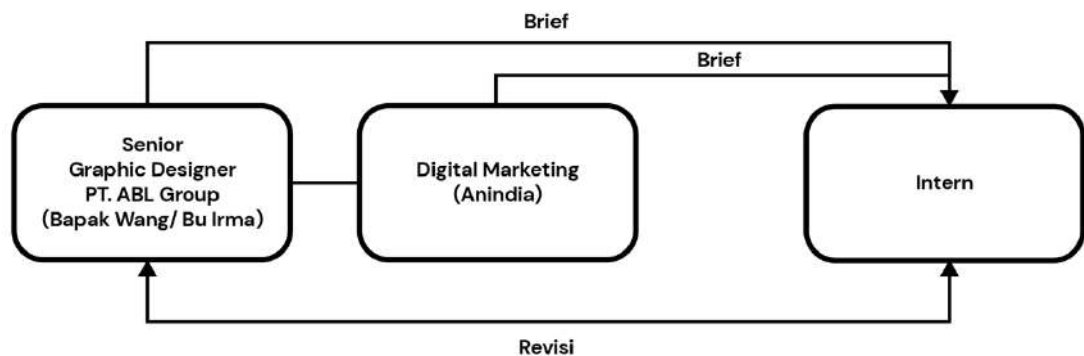
Dalam melakukan praktik kerja magang di PT. ABL Group, penulis memiliki peran sebagai seorang *graphic designer* untuk *brand* Gaaram. Peranan yang dilakukan penulis selama ini mengerjakan sebuah desain promosi melalui media *online* maupun *offline*, foto produk, juga berperan dalam mencetak kemasan makanan. Berikut penjelasan kedudukan penulis dalam praktik kerja magang di Gaaram.

##### 1. Kedudukan

Kedudukan penulis di PT. ABL Group, menjadi seorang *Intern Graphic Designer* untuk *brand* Gaaram. Pada posisi ini penulis memiliki kontribusi untuk mendesain konten media sosial, media *offline*, dan juga kemasan produk Gaaram dari segi visual. Adapun tugas lain yang diberikan kepada *Graphic Designer* untuk membuat video tiktok, *motion graphic*, ilustrasi maskot dan kemasan produk brief diberikan langsung oleh Bapak Wang Liemang selaku *senior graphic designer*.

##### 2. Koordinasi

Alur kerja dimulai dari *meeting* antara *intern*, *senior graphic designer*, dan digital *marketing*. *Meeting* tersebut dilakukan untuk *brainstorming* dan pembuatan *timeline* konten sosial media dalam 1 bulan. Setelah memiliki *timeline*, *Intern* mendapatkan sebuah briefing isi konten dari *senior graphic designer*. *Intern* mengerjakan konten dibawah pengawasan *senior graphic designer*, setiap desain konten akan dikirimkan kepada *senior graphic designer*, lalu mendapatkan *feedback* apakah desain sudah sesuai atau diperlukan sebuah revisi.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi Gaaram

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan berikut merupakan tugas yang dikerjakan saat pelaksanaan praktik kerja magang di PT. ABL Group, kebanyakan pekerjaan yang dilakukan seputar perancangan media informasi untuk sosial media Gaaram. Selain itu juga ada beberapa hal lain yang dilakukan seperti foto produk, pembuatan video tiktok, dan *packaging* untuk Gaaram.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram opening <i>outlet</i> Karawaci (3 desain)</li> <li>- LED TV display opening <i>outlet</i> Karawaci (2 desain)</li> <li>- Poster opening <i>outlet</i> Karawaci (4 desain)</li> <li>- Brosur opening <i>outlet</i> Karawaci (2 desain)</li> <li>- Story Instagram opening <i>outlet</i> Karawaci (2 desain)</li> <li>- Video slide show menu Gaaram outlet di SMS</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> <li>- Desain Feeds Instagram Promo maria (3 desain)</li> </ul>
2	2	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motion graphic konten desain menu Gaaram (3 desain)</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Gojek 12k</li> <li>- Desain feeds Instagram Hari Raya Isra Miraj</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Shopee voucher 12k</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> <li>- Desain feeds Instagram ilustrasi konten meme</li> </ul>
3	3	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram gif <i>chef</i> Arnold menari</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Grab 50% Off</li> <li>- Desain feeds Instagram opening <i>outlet</i> RDTX</li> <li>- Desain feeds Instagram hari raya nyepi</li> <li>- Desain feeds Instagram konten malam minggu makan apa</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> </ul>

4	4	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram promo grab 25%</li> <li>- Desain feeds Instagram promo maret ceria (3 desain)</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> <li>- Desain feeds Instagram opening <i>outlet</i> Bintaro (3 desain)</li> </ul>
---	---	--	---

5	5	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram tutorial penggunaan shopee (3 desain)</li> <li>- Desain feeds Instagram opening <i>Outlet</i> KM19 (3 desain)</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> </ul>
6	6	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram hari raya paskah</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> <li>- Membuat media informasi dan ilustrasi maskot opening <i>outlet</i> Bintaro (3 desain)</li> </ul>
7	7	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram promo Grab 30%</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Shopee voucher</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> <li>- Desain feeds Instagram ucapan puasa</li> </ul>

8	8	Membuat media informasi, <i>packaging</i> dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram giveaway (3 desain)</li> <li>- Desain feeds Instagram Mrkurir</li> <li>- Desain feeds Instagram menu baru Gaaram</li> <li>- Desain kemasan Gaaram <i>packaging</i> bulan puasa</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> </ul>
9	9	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram opening <i>outlet</i> medan (3 desain)</li> <li>- Desain feeds Instagram <i>invitation</i> opening outlet Medan</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Gojek 50%</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> </ul>
10	10	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram Gaaram at Home (3 desain)</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Grab 25%</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> <li>- Desain feeds Instagram <i>motion graphic</i> makanan Gaaram</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> </ul>

11	11	Membuat media informasi dan ilustrasi maskot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feeds Instagram promo Grab 50%</li> <li>- Desain feeds Instagram hari raya Idul fitri</li> <li>- Desain feeds Instagram promo Hokky 15%</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram promo Shopeefood 20%</li> <li>- Ilustrasi maskot Gaaram (2 buah)</li> </ul>
----	----	--	--

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Proyek utama yang dilaksanakan oleh penulis pada saat praktik kerja magang di PT. ABL Group secara besar mengerjakan desain media informasi melalui media sosial, *offline*, maupun desain kemasan. Proses kerja, penulis dibimbing oleh Bapak Wang Liemang selaku *senior graphic designer* untuk mendapatkan briefing desain yang diinginkan, setelah mendapatkan brief, penulis langsung merancang desain yang diminta, lalu hasil tersebut langsung dikirim melalui Whatsapp atau email kepada SGD, asistensi hasil desain berlangsung selama hari-H pengerjaan, jika ada sebuah hal yang ingin dirubah, SGD langsung menghubungi penulis melalui Whatsapp dengan memberikan poin revisi.

Desain memiliki *guideline* seperti penggunaan *color palette*, font khusus, dan asset ilustrasi yang sudah disediakan sebelumnya oleh SGD, namun tidak menutup kemungkinan beberapa desain dapat dibuat sedikit berbeda dengan *guideline* yang ada, tergantung konten yang ingin dibuat.

Dalam masa kerja selama 3 bulan di PT. ABL Group, penulis tidak hanya merancang desain untuk *brand* Gaaram, penulis juga memegang konten untuk *brand* Milan Pizzeria, melakukan foto produk, menjadi model foto, dan juga belajar untuk bekerjasama dalam tim. Adapun 3 proyek utama yang penulis kerjakan adalah sebagai berikut:

### 3.3.1. Perancangan Desain Konten Sosial Media Gaaram

Dalam perancangan desain konten sosial media, penulis mengikuti *timeline post* Instagram yang telah dibuat pada saat *meeting* hari senin setiap minggunya. Bapak Wang selaku *senior designer* bertugas untuk memberi *brief* konsep tiap post, berikut proses desain konten sosial media Gaaram:

#### 1. *Brief* Konsep

Gaaram memiliki *brand* warna yang didominasi oleh warna kuning dan oranye. visual yang diinginkan harus terlihat ceria atau *fun* tidak menggunakan warna gelap dan visual memiliki ciri khas Gaaram. Target audiens dari Gaaram sendiri adalah SES B sehingga desain tidak terlihat mewah maupun terlalu norak.

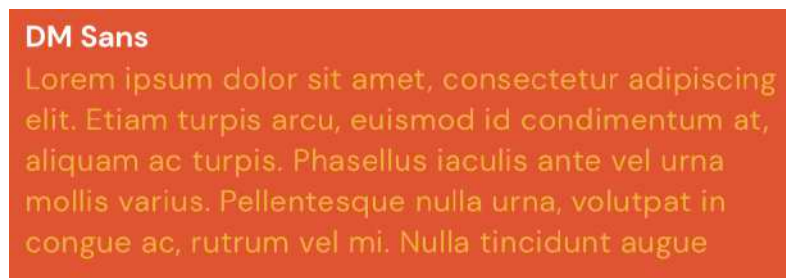


Gambar 3.2. *Color Palette* Gaaram

Color palette di atas adalah warna *brand* Gaaram. Untuk tipografi sendiri, Gaaram memiliki *font* khusus yang menjadi ciri khas dari *brand*, dengan *primary typeface* lemon bird dan *secondary typeface* open sans.



Gambar 3.3. *Font Lemon Bird*



Gambar 3.4. *Font Open Sans*

Selain itu, Bapak Wang meminta penulis untuk menaruh maskot ayam Gaaram yang akan dipakai pada desain *feeds* Instagram. Penggunaan maskot ayam wajib digunakan untuk membangun *brand* Gaaram agar lebih dikenal di mata masyarakat.



Gambar 3.5. Maskot Ayam Gaaram Banzai

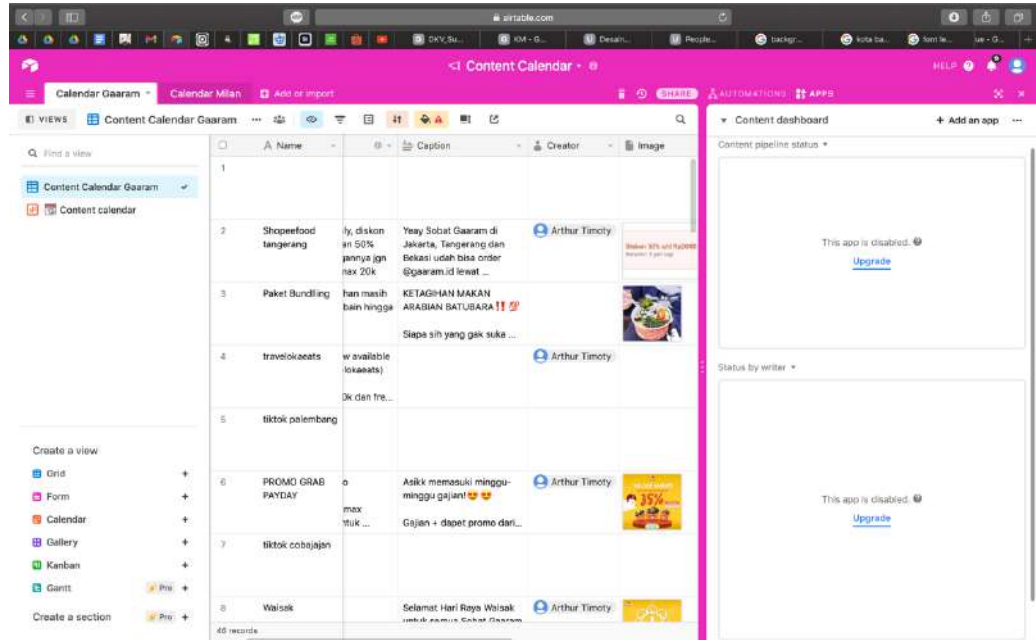




Gambar 3.6. Maskot Ayam Gaaram Kenyang

## 2. Proses Desain

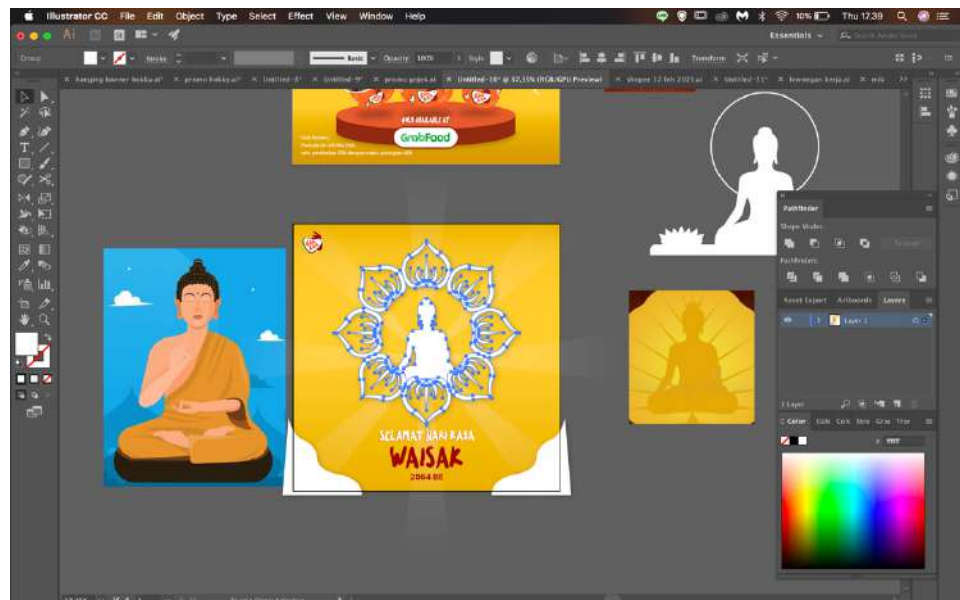
Dalam proses desain Instagram *feeds*, tahap pertama adalah memahami *briefing* yang telah diberikan melalui *website* Airtable. Airtable merupakan sebuah situs web kalender yang dapat mengatur *timeline* pekerjaan dengan teratur. Gaaram menggunakan *website* ini untuk *time managing post* sosial media.



Gambar 3.7. Website Airtable

Dalam konten sosial media, Gaaram memiliki 4 kategori konten, yakni Hari Raya, Promo, Informasi dan Receh.

Perancangan konten desain Hari Raya terdiri dari ucapan, logo, dan ilustrasi. Desain ini sendiri membutuhkan referensi dari beberapa sumber referensi.



Gambar 3.8. Konten Sosial Media Hari Raya

Penulis mengambil referensi ilustrasi dari Sang Buddha. dan memodifikasi desain agar lebih *simple* dan minimalis, dan menaruh ilustrasi di tengah *area* desain berukuran 1080x1080px. Kelopak bunga yang dipakai oleh penulis merepresentasikan bunga teratai, bunga teratai sendiri merupakan sebuah symbol kemurnian dan kelahiran yang mulia. Penulis menyampaikan kemurnian dengan memberi desain pancaran sinar. Dari segi *font*, konten hari raya tidak diwajibkan memakai *font* dari *brand* Gaaram.



Gambar 3.9. Bunga Teratai



Gambar 3.10. Ilustrasi Bunga Teratai

Kategori konten promo berisikan mengenai potongan harga, syarat dan ketentuan promo, tanggal periode, foto makanan, logo, maskot, serta brand yang bekerjasama dengan Gaaram. Informasi promo dibuat besar pada tengah desain agar *attention* audiens langsung tertuju kepada informasi. Dari segi tipografi konten promo menggunakan *font* Gaaram sendiri, yakni lemon birds dan open sans



Gambar 3.11. Konten Promo



Gambar 3.12. Foto Makanan

Penulis menempatkan tanggal periode di bagian sebelah kanan informasi promo. Periode sendiri merupakan informasi prioritas kedua setelah promo, sehingga peletakkan periode di bagian sebelah kanan. Hal ini dikarenakan hirarki visual baca manusia bersifat horizontal dari kiri ke kanan.



Gambar 3.13. Informasi Periode

Tulisan syarat dan ketentuan dengan ukuran kecil merupakan sebuah trik dalam menarik audiens yang suka dengan *clickbait* promo tanpa melihat syarat dan ketentuan yang ada terlebih dahulu. Pemilihan ukuran *font* yang kecil sendiri bertujuan untuk memposisikan informasi syarat dan ketentuan pada urutan informasi terakhir yang dibaca oleh audiens.



Gambar 3.14. Informasi Syarat dan Ketentuan

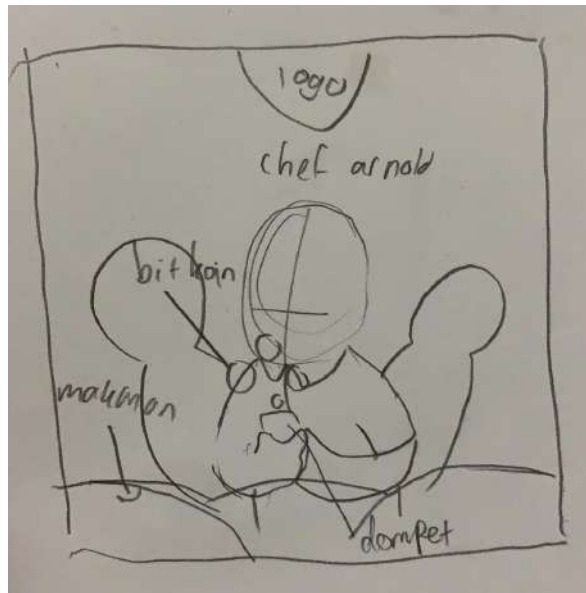
Perancangan konten sosial media mengenai informasi terdiri dari informasi, logo, dan ilustrasi. Konten Informasi biasanya membahas sebuah *opening outlet* atau hal-hal penting yang tidak terkait dengan promo. Dapat berupa carousel maupun *single feed*.



Gambar 3.15. Konten Informasi

Perancangan konten sosial media receh merupakan feeds sampingan yang bertujuan untuk mendapat feedback atau interaksi dari audiens. Konten receh dapat berupa konten hiburan. Perancangan ini dimulai dari ide konten, setelahnya dibuat sebuah sketsa mengenai konten receh.





Gambar 3.16. Sketsa konten Recch

Setelah memiliki sebuah sketsa, penulis mencari aset untuk merancang konten receh. aset konten receh seperti *dogecoin*, dompet, pakaian formal, dan wajah chef Arnold.



Gambar 3.17. Dompet Wanita



Gambar 3.18. Dogecoin



Gambar 3.19. Pakaian Formal



Gambar 3.20. PNG Chef Arnold

Setelah memiliki aset, penulis menggabungkan aset yang ada menjadi satu kesatuan sesuai sketsa awal yang sudah ada.





Gambar 3.21. Perancangan Konten Recreh

### 3. Hasil Akhir

Feeds dengan tema lebaran di atas bernuansa warna hijau. warna hijau itu sendiri merupakan brief yang diminta oleh *Senior Graphic Designer*, selain itu warna hijau menyetarakan tema lebaran yang identic dengan lebaran. Pada satu *row feeds* di atas terdapat konten promo Hokky, konten recheh chef arnold, dan konten hari raya idul fitri.



Gambar 3.22. Feeds Instagram Satu Row Tema Lebaran

Berikut adalah final desain untuk memperingati hari raya Waisak. Konsep feeds 1 row dibuat dengan warna yang sama yaitu warna kuning dan oranye. Warna kuning sebagai warna utama, dan oranye sebagai warna sekunder, pemilihan warna tema fun merupakan warna yang didapatkan oleh penulis dari *brand guideliness* sesuai dengan briefing yang diberikan oleh *senior graphic design*.



Gambar 3.23. Feeds Instagram Satu Row Tema Fun

Berikut adalah final desain untuk konten *opening outlet*. *Opening outlet* sendiri memiliki 1 row feeds yang wajib berisikan tentang promo, dan dua informasi *opening soon* dan *now open*. Untuk warna *opening outlet* tidak ada permintaan spesifik oleh *senior graphic design*, tetapi hal yang diminta adalah pemilihan warna dengan warna yang terang dan menghindari warna gelap.

Sehingga desain yang dirancang oleh penulis mengambil warna utama oranye dan warna sekunder putih.



Gambar 3.24. *Feeds Instagram Satu Row Tema Opening Outlet*

### 3.3.2. Perancangan Desain Packaging Gaaram

Pada bulan April, Gaaram mengeluarkan varian produk ayam baru, yakni *Arabian Batubara Chicken Rice*. Gaaram meminta penulis untuk merancang sebuah desain packaging edisi bulan puasa.

## 1. *Brief* Konsep

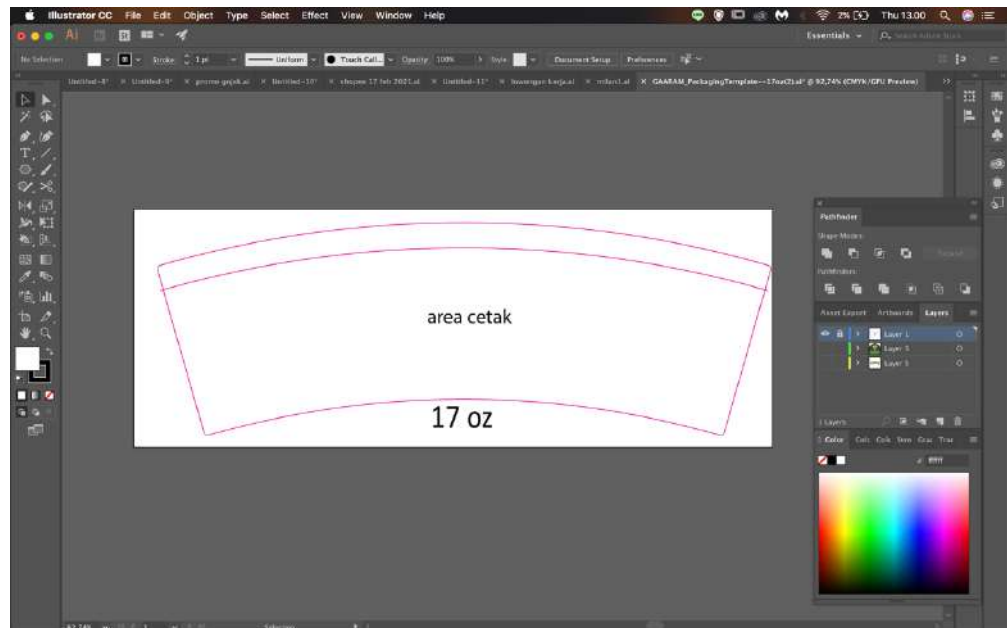
Bapak Wang meminta penulis untuk memasukkan unsur Arab pada kemasan spesial edisi terbatas bulan puasa. Warna yang dipakai secara keseluruhan bernuansa hijau, dengan menggunakan motif Arab. Visual ilustrasi maskot merepresentasikan Arab, dengan kesan fun, hindari warna yang terlalu gelap, dan visual tetap mencerminkan Gaaram. Untuk tipografi tetap menggunakan font khusus dari Gaaram, pada desain diwajibkan untuk meletakkan logo Gaaram.



Gambar 3.25. Logo Gaaram

## 2. Proses Desain

*Packaging* yang dibutuhkan memiliki dua ukuran *bowl*. Untuk ukuran kecil, kemasan dibuat dengan ukuran *bowl* 17oz dan untuk ukuran jumbo dibuat dengan ukuran *bowl* 24oz, sebelum desain penulis mencari *template* untuk Bowl



Gambar 3.26. *Template Bowl 17oz*

Setelah memiliki *template*, penulis kemudian menentukan warna yang dipakai. Desain kemasan bernuansa hijau dengan *secondary color* kuning. Sehingga penulis mengambil turunan warna hijau dengan memainkan hue.

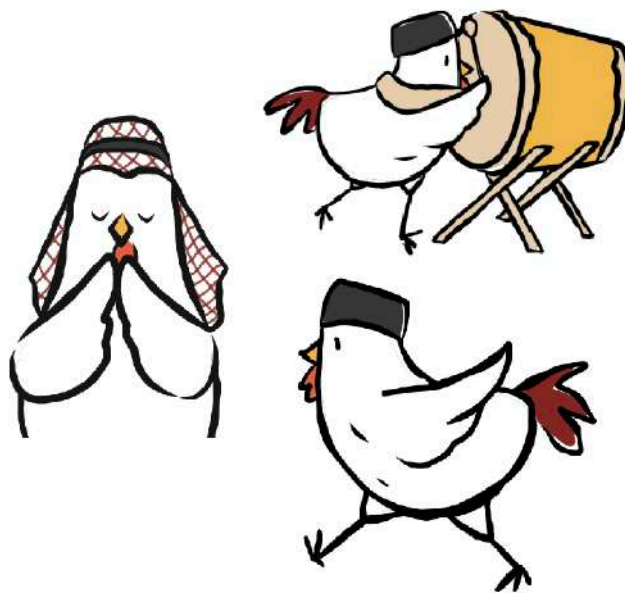


Gambar 3.27. *Color Palette Packaging*

Dalam kemasan, diperlukan sebuah maskot dengan tema puasa dan bernuansa Arab. Penulis mengambil beberapa foto untuk dijadikan referensi desain maskot sebuah bedug, dan foto seorang pria menggunakan sorban.

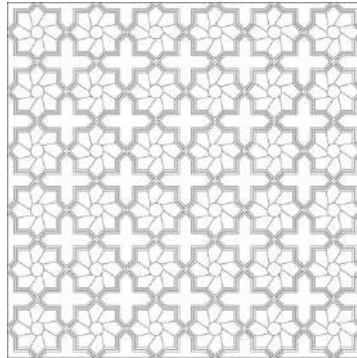


Gambar 3.28. Referensi visual maskot

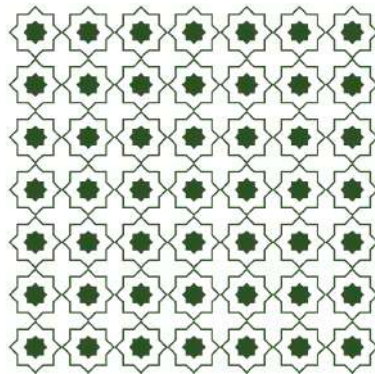


Gambar 3.29. Maskot *packaging*

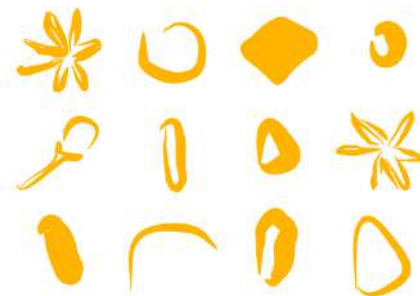
Packaging memerlukan sebuah motif yang bernuansa Arab, Sehingga dalam packaging dibutuhkan motif yang dijadikan background, penulis mengambil referensi motif Arab, dan kemudian merancang ulang motif hingga menjadi lebih sederhana. Selain motif, penulis juga menggunakan asset super grafis yang dimiliki oleh Gaaram.



Gambar 3.30. Referensi Motif Arab



Gambar 3.31. Desain Motif Arab



Gambar 3.32. Supergrafis

Selain perancangan dari segi visual, penulis juga berinisiatif untuk memasukkan sebuah *barcode* pada kemasan. Tujuan dari *barcode* ini sendiri untuk membuat sebuah packaging lebih hidup dan interaktif. *Barcode* ini sendiri untuk membawa audiens kepada *filter* Instagram yang dimiliki oleh Gaaram. Penulis membuat

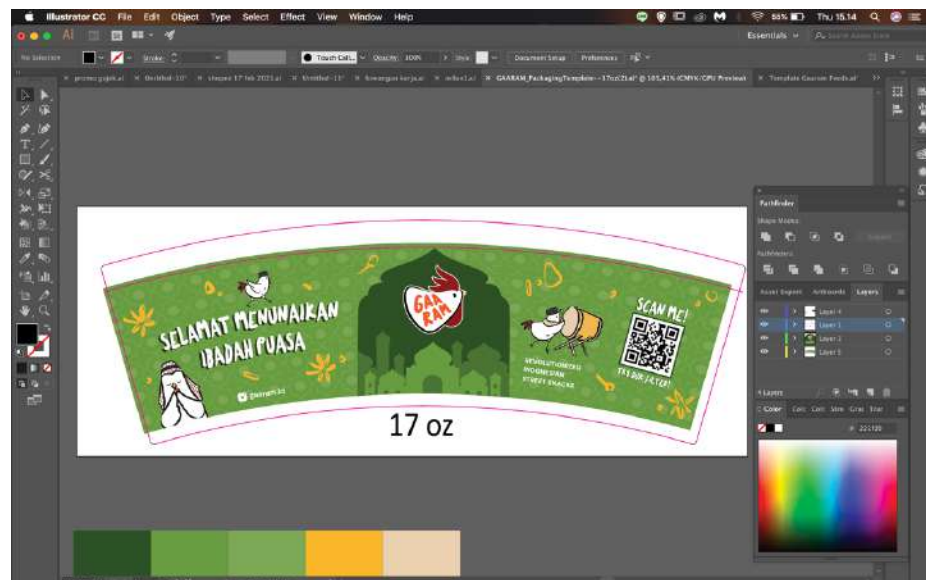


*barcode* melalui aplikasi ekstensi yang berasal dari Google Chrome dan menyatukan *barcode* sebagai kesatuan dalam desain kemasan.



Gambar 3.33. *Barcode*

Dalam perancangan *packaging*, penulis menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* dan merancang sebuah *packaging bowl* dengan mengikuti bentuk dari *template packaging* yang telah ada. Tidak hanya pengerjaan desain.



Gambar 3.34. *Desain Packaging Gaaram*



### 3. Proses Foto Produk

Penulis diminta untuk ikut dalam melakukan *photoshoot* produk, penulis diajarkan bagaimana trik dalam mendapatkan hasil foto produk yang dapat membuat lapar mata dan terlihat menarik. Beberapa trik agar makanan terlihat lebih *full*, dengan mengisi bagian dalam *bowl* dengan gabus, mengoles minyak sayur kepada makanan agar terlihat lebih *fresh*, menggunakan es batu plastik dalam foto produk minuman, dan melakukan penyemprotan air terhadap gelas, agar terlihat segar.



Gambar 3.35. *Es Batu Plastik*



Gambar 3.36. Minuman Gaaram

#### 4. Hasil Akhir

Berikut merupakan hasil akhir *packaging* Gaaram yang telah dibuat. Kemasan bertemakan ramadhan dengan nuansa Arab yang didominasi oleh warna turunan hijau. Pada desain *packaging* tidak terlalu banyak revisi yang diberikan oleh *senior graphic design*.



Gambar 3.37. Desain Packaging Digital Gaaram



Gambar 3.38. Produk Arabian White Sauce Chicken Rice dengan Packaging



Gambar 3.39. Hasil Photoshoot Produk Minuman Gaaram

### 3.3.3. Perancangan Desain Maskot Gaaram

Gaaram memiliki *brand* maskot, maskot ini telah menjadi identitas dari Gaaram itu sendiri. Sehingga di setiap desain diperlukan sebuah maskot Ayam untuk membangun *brand image* kepada masyarakat

#### 1. Brief Konsep

Maskot Gaaram adalah seekor ayam. Hal yang ingin ditonjolkan pada maskot adalah kesan *fun* yang dapat dibawa oleh sang maskot. Maskot Gaaram sendiri memiliki empat warna utama yakni oranye untuk jengger, kuning untuk paruh, merah untuk ekor, dan hitam untuk *outline*. Dibutuhkan sebuah maskot yang dapat merepresentasikan keceriaan, style maskot memiliki garis outline yang tidak teratur dan tidak dibatasi oleh area warna.



Gambar 3.40. Referensi *Style* maskot Gaaram

## 2. Proses Desain

Dalam proses perancangan maskot ayam, penulis menentukan terlebih dahulu tema atau ekspresi yang ingin dibawa kepada maskot ayam. Setelah memiliki sebuah tema penulis kemudian membuat sketsa kasar dari maskot ayam tersebut. Tentunya *style* ilustrasi akan mengikuti gaya ilustrasi maskot yang sudah ada.



Gambar 3.41. Sketsa Maskot Gaaram



Gambar 3.42. *Outline* Maskot Gaaram

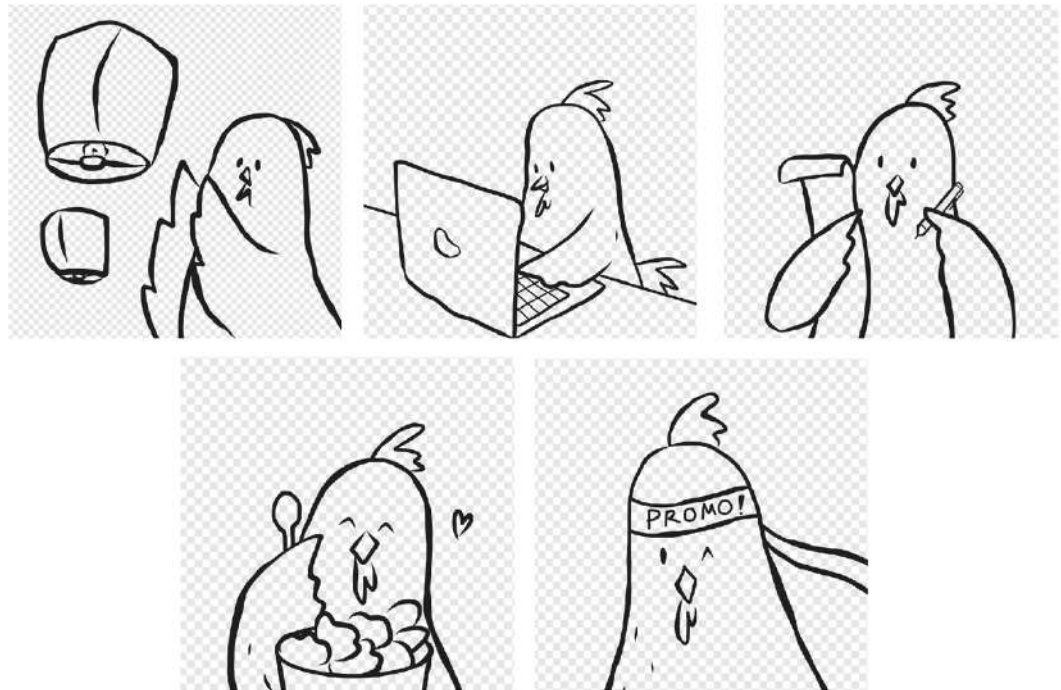
Setelah sketsa selesai, penulis lalu memberi *outline* pada ilustrasi maskot ayam. Pemberian *outline* ini pun, bertujuan untuk mendapat gambaran rapi dari sketsa ilustrasi. Lalu tahap terakhir adalah tahap *coloring* dimana penulis memberi warna ilustrasi maskot. Pewarnaan maskot sendiri menggunakan warna yang cerah dan menghindari warna-warna gelap.



Gambar 3.43. Hasil Akhir Digital

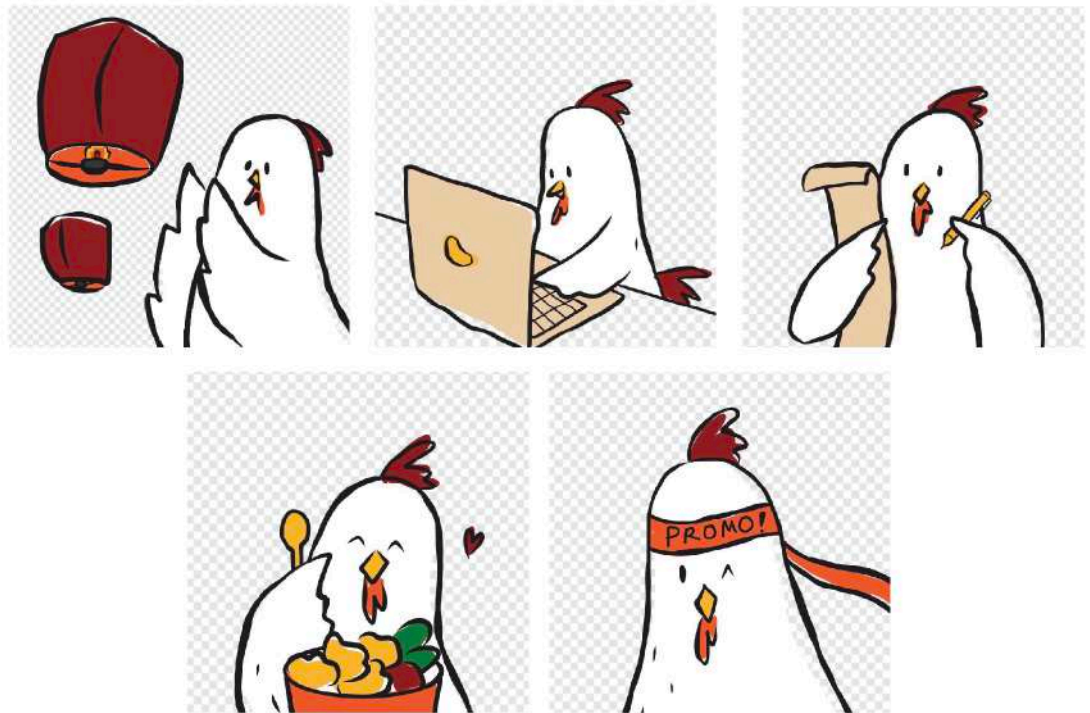
Perancangan maskot menggunakan aplikasi *Adobe Draw* dengan menggunakan *device* Ipad. lalu penulis merancang 23 ilustrasi maskot lain untuk dijadikan aset maskot Gaaram dengan format png.





Gambar 3.44. *Outline* Maskot Gaaram Lain

Berikut hasil digitalisasi oleh penulis terhadap maskot ayam *lantern*, ayam kerja, ayam *checklist*, ayam makan, dan ayam pembawa promo. desain maskot di atas merupakan hasil permintaan dari *senior graphic designer*.



Gambar 3.45. Hasil Akhir Maskot Lain

Sama seperti perancangan maskot, langkah terakhir dalam menciptakan ilustrasi maskot adalah pemberian warna terhadap ilustrasi outline yang sudah ada. Penempatan warna tidak memiliki aturan, dapat melebihi area outline, sehingga ilustrasi yang dibuat oleh penulis kurang lebih terlihat seperti maskot khusus yang dimiliki oleh Gaaram sendiri.

### 3. Hasil Akhir

Berikut adalah hasil ilustrasi maskot-maskot ayam Gaaram yang telah penulis rancang untuk dijadikan asset dalam setiap konten yang ingin dirancang baik media *online* maupun media *offline*. Dalam pengerjaan maskot Gaaram tidak terlalu banyak revisi, *senior graphic design* hanya memberikan permintaan ilustrasi ayam yang sedang melakukan aktivitas atau ekspresi tertentu.





1. Sistem *timeline* pengerjaan konten mulai diterapkan, sehingga penulis dapat melihat *deadline* dan menentukan prioritas perancangan desain yang harus dirancang terlebih dahulu.
2. Diadakan *meeting* tim desain setiap minggu nya, namun masih menjaga protokol kesehatan di tengah pandemi Covid-19. *Meeting* diperlukan agar semua konten yang ingin dibuat nantinya dapat di *briefing* dengan jelas.
3. Karena tidak memiliki *device* yang mendukung, *senior graphic designer* memberikan pinjaman *device* kepada penulis untuk merancang *mock up packaging*.